

证券代码：000999

证券简称：华润三九



华润三九医药股份有限公司

China Resources Sanjiu Medical & Pharmaceutical Co., Ltd.

投资者关系活动记录表

编号：2023-037

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	Mondrain Investment Partners	
时间	2023年12月28日	
地点、方式	综合办公中心 电话会议	
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书	
投资者 关系活动 主要内容 介绍	<p>1、在集采政策影响下，如何看待配方颗粒业务未来增长和竞争格局？</p> <p>答：受集采和国标切换等影响，目前配方颗粒业务在公司总体业务中占比有所下降。配方颗粒业务未来 2-3 年集采周期内，预计产品价格将下降并对营收端有一定影响，由于基数和占比原因对利润端影响相对较小。配方颗粒业务未来仍具备一定的增长机会，原来的六家试点企业具备一定的产业链尤其是终端优势，公司正在持续构建全产业链管理能力，培育竞争优势。</p>	

2、中长期维度来看，公司毛利率水平和趋势？

答：公司毛利率主要受到业务结构的影响，包括昆药并表的影响。CHC 业务毛利率稳中有升，处方药业务毛利率由于国药（配方颗粒及饮片）业务结构及成本上升、处方药部分品种进入集采等影响小幅下降。

3、处方药明年增长预期？有哪些重点品种？

答：随着行业整顿趋于平缓，医院处方量正在逐渐恢复，明年预计能实现较好增长。重点品种包括参附注射液、易善复、复他舒、赛比普等均有增长潜力。易善复增长动力强劲；复他舒持续拓展新适应症；赛比普已进入商业化阶段。

4、公司未来并购整合方向及规划？

答：整合行业优质资源是公司十四五的战略举措之一。CHC 业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，以尽快实现全域布局。如 2020 年公司收购澳诺制药，为公司儿科领域补充儿童维矿细分领域领导品牌；并购昆药为公司补充了传统精品国药品牌“昆中药 1381”。处方药方面重点关注：中医药领域具备独特资源的产品和创新药机会。治疗领域围绕公司战略，重点关注消化、呼吸、肿瘤等方向。目前有一些项目在接触中，但存在较多的不确定性。公司关注标的的经营状况，重点关注有一定业务规模的标的，会根据发展潜力给出合理估值。

5、昆药融合情况，聚焦方向？中长期维度和昆药竞争、合作怎么考量？

答：公司并购昆药后，和昆药团队一起确定了昆药成为“慢病管理领导者、精品国药领先者”的新战略目标，梳理出未来两大核心业务，一是围绕三七为主的慢病管理业务，二是“昆中药 1381”传统国药业务。目前昆药整合在持续推进中，三七业务方面，将充分发挥昆药在三七产业的全产业链布局优势，围绕三七软胶囊产品临床价值开启“延链-补链-强链”，为做大做强三七产业筑基蓄能；渠道方面，昆药部分业务逐步导入三九商道体系，今后将结合昆药的业务模式和渠道管理体系逐步优化调整。在产品合作和品牌打造方面，已初步完成“昆中药 1381”

品牌定位和品牌传播策略，未来媒介资源也会持续开放和共享。管理方面，充分运用华润 6S 管理体系，从战略梳理、组织优化和文化融合三个维度推动管理提升。相信未来昆药业务通过精细化管理，效率提升，释放业务价值，努力实现银发健康第一股的愿景。

6、公司品牌策略及优势？

答：公司采取“1+N”的品牌战略，“1”即 999 家庭常备用药；“N”即各个领域的专业品牌，如儿童补钙领域的澳诺品牌、骨科领域天和品牌等，满足消费者不同的健康管理需求。通过收购昆药进一步补充“昆中药 1381”等传统精品国药品牌，未来也将成为老龄化方向上和消费者沟通的重要品牌。随着媒介多屏化、碎片化时代的到来，受此影响，近年来品牌打造的成本越来越高。品牌打造是个长期的过程，公司品牌打造的核心举措是保持与消费者的沟通，并以此构建核心能力。

7、CHC 业务新品类拓展方向？

答：随着消费行为逐渐向线上转移和消费者需求不断多样化，公司将不断丰富、细分品类，拓展业务领域，为消费者提供更为完整的服务和支持。公司从早期感冒、皮肤、胃肠品类陆续补充了骨科、肝胆、儿科等品类，目前各品类在细分领域中均保持相对领先地位。公司也将业务从治疗领域向预防和康复端拓展。此外，公司将在现有品类中陆续补充细分领域产品，并在细分领域中提供差异化品牌，如在儿童补钙领域的澳诺品牌。未来零售市场集中度有望进一步提升，公司也将围绕业务领域进行全方位产品布局，不断提升产品品质和体验感。

附件清单

-

(如有)

日期

2023/12/28